

**TINDAK KESANTUNAN KOMISIF PADA IKLAN KENDARAAN
BERMOTOR DI WILAYAH SURAKARTA**

Naskah Publikasi

Untuk Memenuhi sebagian Persyaratan
Guna Mencapai Derajat Sarjana S-1
Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



Disusun oleh:

YUYUN YUNIATI

A310100011

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jl. A. Yani Tromol Pos 1-Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax : 715448 Surakarta 57102
Website: <http://www.ums.ac.id> Email: ums@ums.ac.id

Surat Persetujuan Artikel Publikasi Ilmiah

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir :

Nama : Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M. Hum.

NIP : 196504281993031001

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/tugas akhir dari mahasiswa;

Nama : Yuyun Yuniati

NIM : A310 100 011

Program Studi : Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia

Judul Skripsi : Tindak Kesantunan Komisif pada Iklan Kendaraan Bermotor di Wilayah Surakarta.

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian persetujuan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Surakarta, 30 Juni 2014

Pembimbing

Prof. Dr. Harun Joko Prayitno, M. Hum.

NIP. 196504281993031001

ABSTRAK

TINDAK KESANTUNAN KOMISIF PADA IKLAN KENDARAAN BERMOTOR DI WILAYAH SURAKARTA

Yuyun Yuniati¹ dan Harun Joko Prayitno²

¹Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

²Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta dan Staf Pengajar Universitas Muhammadiyah Surakarta

Penelitian ini memiliki 3 tujuan. 1) Mendeskripsikan bentuk tindak kesantunan komisif pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta. 2) Mendeskripsikan skala kesantunan bahasa pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta. 3) Mendeskripsikan strategi tindak kesantunan komisif pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari iklan-iklan kendaraan bermotor di jalan-jalan wilayah Surakarta. Data penelitian ini berupa tuturan pada iklan kendaraan bermotor yang mengandung tindak kesantunan komisif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode simak, catat, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dipakai adalah metode agih dengan teknik baca markah dan metode padan pragmatis, alat penentunya yaitu mitra tutur. Hasil penelitian ini yaitu 1) Bentuk tindak kesantunan komisif pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta meliputi tindak kesantunan komisif menawarkan sebanyak 10 data dan tindak kesantunan menjanjikan sebanyak 10 data. Tindak kesantunan menawarkan dikelompokkan menjadi tiga yaitu tindak kesantunan komisif menawarkan sepeda motor sebanyak 8 data, tindak kesantunan komisif menawarkan mobil sebanyak 1 data, dan tindak kesantunan komisif menawarkan truk sebanyak 1 data, sedangkan tindak kesantunan komisif menjanjikan dikelompokkan menjadi tiga yaitu tindak kesantunan menjanjikan sepeda motor sebanyak 5 data, tindak kesantunan menjanjikan mobil sebanyak 3 data, dan tindak kesantunan truk sebanyak 2 data. 2) Skala kesantunan bahasa pada iklan kendaraan bermotor meliputi skala untung-rugi sebanyak 8 data, skala kemanasukaan sebanyak 9 data, dan skala ketaklangsungan sebanyak 3 data. 3) Strategi dalam penelitian ini ditemukan tindak kesantunan komisif langsung menawarkan sepeda motor sebanyak 8 data dengan modus ajakan, tindak kesantunan komisif langsung menawarkan mobil sebanyak 1 data dengan modus ajakan, dan tindak kesantunan komisif menawarkan langsung truk sebanyak 1 data dengan modus ajakan, sedangkan tindak kesantunan komisif tidak langsung menjanjikan sepeda motor sebanyak 5 data dengan modus ajakan, tindak kesantunan komisif tidak langsung menjanjikan mobil sebanyak 3 data dengan modus ajakan, dan tindak kesantunan komisif tidak langsung menjanjikan sebanyak 2 data dengan modus ajakan.

Kata kunci: *pragmatik, bentuk tindak kesantunan komisif, skala kesantunan, dan strategi tindak kesantunan komisif*

PENDAHULUAN

Bahasa sebagai alat komunikasi yang berperan penting dalam kehidupan manusia. Bahasa yang digunakan manusia untuk berinteraksi dengan orang lain. Manusia selalu menggunakan bahasa untuk mengungkapkan apa yang ada di dalam pikirannya. Baik diungkapkan dalam bentuk bahasa lisan maupun bahasa tulis. Melalui bahasa manusia selalu berinteraksi untuk memberikan informasi, gagasan, ide, pesan, maupun berita. Bahasa yang digunakan pada berita bertujuan untuk memperoleh pembeli dengan sebanyak-banyaknya. Bahasa dalam iklan biasanya dibuat dengan singkat, padat, dan menarik sehingga orang yang melihat iklan tersebut akan tertarik untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen melalui media cetak dan elektronik.

Iklan biasanya di pasang di jalan raya. Iklan berguna untuk mempromosikan, menginformasikan, membujuk, dan menawarkan suatu produk dari produsen kepada konsumen baik yang dipasarkan oleh suatu perusahaan maupun perorangan. Iklan dibuat dengan menggunakan bahasa yang baik sehingga konsumen tertarik untuk membeli barang yang dipromosikan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tindak kesantunan komisi yang terdapat pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta. Penelitian yang baik haruslah memiliki tujuan yang baik. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan bentuk-bentuk tindak kesantunan komisi pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta, Skala kesantunan bahasa pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta, dan strategi tindak kesantunan komisi pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta.

Pada penelitian yang relevan ini ditunjukkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan Hidayah (2010) dalam penelitian yang berjudul “Jenis Tindak Tutur dan Pelanggaran Prinsip Kesantunan dalam Wacana Acara Empat Mata di Trans-7”. Hasil penelitian ini adalah (a) tindak tutur lokusi; (b) tindak tutur ilokusi; (c) tindak tutur perlokusi; (d) tindak tutur representatif; (e) tindak tutur direktif; (f) tindak tutur ekspresif; (g) tindak tutur komisi; dan (h) tindak tutur deklarasi. Selain jenis tindak tutur, dalam

penelitian ini mendeskripsi enam bidal yang dipatuhi dan enam bidal yang dilanggar, yaitu (a) bidal ketimbangrasaan; (b) bidal kemurahhatian; (c) bidal keperkenaan; (d) bidal kerendahhatian; (e) bidal kesetujuan; dan (f) bidal kesimpatian, implikasi pematuhan dan pelanggaran dalam wacana acara empat mata di trans-7 terhadap penonton.

Penelitian Rinawati (2012) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Tindak Tutur Komisif pada Pedagang di Pasar Gedhe Surakarta”. Hasil penelitian ini adalah (1) bentuk-bentuk tindak tutur komisif pada pedagang di pasar Gedhe Surakarta yakni ada 4 komisif: a) komisif berjanji, b) komisif bersumpah, c) komisif berniat, d) komisif menawarkan. (2) faktor-faktor yang mempengaruhi tindak tutur komisif yaitu (1) *setting and sequence*. *Setting* berkenaan dengan waktu dan tempat tuturan berlangsung, sedangkan *sequence* mengacu pada situasi, tempat dan waktu. (2) *participant* adalah pihak-pihak yang terlibat dalam pertuturan, bisa pembicara dan pendengar, penyapa dan pesapa atau pengirim dan penerima. (3) *end* menunjuk pada maksud dan tujuan pertuturan. (4) *act sequence*, mengacu pada bentuk ujaran dan isi ujaran. (5) *key*, mengacu pada nada, cara dan semangat dimana suatu pesan disampaikan, dengan senang hati, dengan serius, dengan singkat, dengan sombong, dengan mengejek, dan sebagainya. (6) *instrumentalies*, mengacu pada jalur bahasa yang digunakan, seperti jalur lisan tertulis, melalui telegraf atau telepon. (7) *norm*, mengacu pada norma atau aturan dalam berinteraksi, misalnya berhubungan dengan cara berinteraksi, bertanya, dan sebagainya. (8) *genre*, mengacu pada jenis bentuk penyampaian seperti, narasi, puisi, pepatah, doa dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif. Penelitian deskripsi kualitatif adalah penelitian dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Nawawi, 2005:73).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode simak dan dokumentasi. Metode simak memiliki teknik lanjutan berupa teknik catat (Mahsum, 2005:90). Teknik catat disebut sebagai teknik dasar dalam metode simak karena pada hakikatnya penyimakan diwujudkan dengan pencatatan.

Analisis data mengandung pengertian penentuan satuan lingual berdasarkan teori tertentu dan dengan pengajuan teknik tertentu pula (Sudaryanto, 1993: 13). Dalam analisis data ini penulis menggunakan metode agih dengan teknik baca markah dan metode padan pragmatis, alat penentunya yaitu mitra tutur (Sudaryanto, 1993:13-15). Mitra tutur dalam hal ini adalah masyarakat yang membaca iklan-iklan kendaraan bermotor. Analisis data dengan menggunakan metode padan pragmatis ini bertujuan untuk mendeskripsikan tindak kesantunan komisif pada iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk-bentuk Tindak Kesantunan Komisif pada Iklan Kendaraan Bermotor

1. Tindak Kesantunan Komisif (TKK) Menawarkan

TKK menawarkan adalah suatu tindak bahasa yang dilakukan penutur untuk memberitahukan tentang sesuatu kepada orang lain tentang apa yang dimilikinya dengan tujuan mitra tutur dapat mempergunakannya.

a. TKK Menawarkan Sepeda Motor

(1.a) Eksplikatur : Shooter 115Fi (Suzuki)
Melesat, Tangguh!
(Iklan sepeda motor, di Jalan Pabelan)

Pemarkah : Intonasi ajakan
Penanda : Pada siang hari, Pn menawarkan kepada
Mt supaya membeli sepeda motor Shooter
115Fi. Sepeda motor ini sangat cepat dibawa
untuk jarak jauh dan sepeda ini juga sangat
tangguh.

Implikatur : Pn menawarkan kepada Mt supaya
membeli sepeda motor Shooter 115Fi.

Maksud : Menawarkan
(Data 1 lampiran 1)
Tuturan (1.a) termasuk TKK menawarkan. Hal ini terlihat jelas dalam tuturan sepeda motor Shooter 115Fi.
Maksud tuturan di atas Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli sepeda motor Shooter 115Fi karena sepeda motor ini sangat cepat dibawa untuk jarak jauh dan sangat tangguh.

b. TKK Menawarkan Mobil

(1.i) Eksplikatur : Karimun Wagon R (Suzuki)
Lebih dari cukup
Mobil super
(Iklan mobil, di Jalan Adi Sucipto)
Pemarkah : Intonasi ajakan
Penanda : Pada siang hari, Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli mobil Karimun Wagon R. Mobil ini lebih dari cukup dan super untuk perjalanan jarak jauh.
Implikatur : Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli mobil Karimun Wagon R.
Maksud : Menawarkan
(Data 7 lampiran 7)

Tuturan (1.i) termasuk TKK menawarkan. Hal ini terlihat jelas dalam tuturan mobil Karimun Wagon R. Maksud tuturan di atas Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli mobil Karimun Wagon R karena mobil ini lebih dari cukup dan super untuk perjalanan jauh.

c. TKK Menawarkan Truk

(1.j) Eksplikatur : Toyota
Tangguh di Segala Medan,
Menguntungkan Bisnis Anda
(Iklan truk, di Jalan Pabelan)
Pemarkah : Intonasi ajakan
Penanda : Pada siang hari, Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli truk Toyota. Truk ini tangguh di segala medan dan menguntungkan bisnis konsumen.
Implikatur : Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli truk Toyota.

Maksud : Menawarkan
(Data 2 lampiran 2)

Tuturan (1.j) termasuk TKK menawarkan. Hal ini terlihat jelas dalam tuturan truk Toyota. Maksud tuturan di atas Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli truk Toyota karena truk Toyota ini sangat tangguh di segala medan dan dapat menguntungkan bisnis konsumen.

2. Tindak Kesantunan Komisif (TKK) Menjanjikan

Tindak kesantunan komisif menjanjikan adalah suatu tindak bahasa yang dilakukan oleh penutur dengan menyatakan kesanggupan atas pekerjaan atau tindakan dan sanggup berbuat sesuatu apa yang telah dikatakan.

a. TKK Menjanjikan Sepeda Motor

(2.a) Eksplikatur : Mio GT
YMJET-FI
Semakin cepat, semakin irit!
Mengubah Hidupmu!
(Iklan sepeda motor, di Jalan Pabelan)

Pemarkah : Intonasi janji
Penanda : Pada siang hari, Pn menjanjikan kepada Mt jika membeli sepeda motor Mio GT akan sangat cepat bila dibawa dalam perjalanan jarak jauh tetapi juga irit serta mengubah hidup konsumen.
Implikatur : Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli sepeda motor Mio GT.
Maksud : Menjanjikan
(Data 3 lampiran 3)

Tuturan (2.a) termasuk TKK menjanjikan. Hal ini terlihat jelas dalam tuturan sepeda motor Mio GT. Maksud tuturan di atas Pn menjanjikan kepada Mt jika membeli jika membeli sepeda motor Mio GT akan sangat cepat bila dibawa dalam perjalanan jarak jauh tetapi juga irit serta mengubah hidup konsumen.

b. TKK Menjanjikan Mobil

(2.f) Eksplikatur	: Toyota New Avanza Cuma Avanza yang bisa Satu Untuk Sejuta Impian (Iklan mobil, di Jalan Pabelan)
Pemarkah	: Intonasi janji
Penanda	: Pada siang hari, Pn menjanjikan kepada Mt jika membeli mobil New Avanza merupakan satu-satunya mobil yang sangat diminati para konsumen, karena mobil ini merupakan impian bagi konsumen. Mobil New Avanza yang bisa membawa konsumen berkeliling kota dengan nyaman dan lancar.
Implikatur	: Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli mobil New Avanza.
Maksud	: Menjanjikan (Data 4 lampiran 4)

Tuturan (2.f) termasuk TKK menjanjikan. Hal ini terlihat jelas dalam tuturan mobil New Avanza. Maksud tuturan di atas Pn menjanjikan kepada Mt jika membeli mobil New Avanza merupakan satu-satunya mobil yang sangat diminati para konsumen, karena mobil ini merupakan impian bagi konsumen. Mobil New Avanza yang bisa membawa konsumen berkeliling kota dengan nyaman dan lancar.

c. TKK Menjanjikan Truk

(2.i) Eksplikatur	: Fuso Luasnya extra terpanjang di kelasnya (Iklan truk, di Jalan Urip Sumoharjo)
Pemarkah	: Intonasi janji
Penanda	: Pada pagi hari, Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli colt diesel truk karena mempunyai luas extra terpanjang di kelasnya.
Implikatur	: Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli colt diesel truk.

Maksud : Menjanjikan
(Data 9 lampiran 9)

Tuturan (2.i) termasuk TKK menjanjikan. Hal ini terlihat jelas dalam tuturan colt truk diesel. Maksud tuturan di atas Pn menjanjikan kepada Mt jika membeli colt diesel truk ini mempunyai luas extra terpanjang di kelasnya.

B. Skala Kesantunan Bahasa pada Iklan Kendaraan Bermotor

1. Skala Untung-Rugi

Data (1.a) : Shooter 115Fi
Melesat, Tangguh!
(Iklan sepeda motor, di Jalan Pabelan)

Data (1.a) penutur meminimalkan keuntungan bagi diri sendiri dan memaksimalkan keuntungan bagi mitra tutur ditandai dengan kata *melesat*, *tangguh*. Penutur akan meningkatkan produksi Shooter 115Fi supaya lebih tangguh lagi.

2. Skala kemasuknasaan

Data (2.a) : Toyota
Tangguh di Segala Medan,
Menguntungkan Bisnis Anda
(Iklan truk, di Jalan Pabelan)

Data (2.a) mitra tutur diajak oleh penutur untuk membeli truk toyota. Keputusan membeli atau tidak membeli truk toyota berada di tangan mitra tutur. Penutur tidak berhak untuk memaksa mitra tutur.

3. Skala Ketaklangsungan

Data (3.a) : Ertiga Matic
Memudahkan perjalanan keluarga Indonesia
Lebih mengerti keluarga
(Iklan mobil, di Jalan Kartasuro)

Data (3.a) di atas menunjukkan adanya skala ketaklangsungan. Penutur secara tidak langsung mengungkapkan bahwa mobil Ertiga memudahkan perjalanan keluarga dan lebih mengerti. Penutur berharap agar mitra tutur mau membeli mobil Ertiga supaya memudahkan mitra tutur pada saat perjalanan jauh.

C. Strategi Tindak Kesantunan Komisif pada Iklan Kendaraan Bermotor

1. Tindak Kesantunan Komisif Menawarkan Langsung

a. TKK Menawarkan Langsung Sepeda Motor

(1.a) Eksplikatur : Shooter 115Fi (Suzuki)
Melesat, Tangguh!
(Iklan sepeda motor, di Jalan Pabelan)

Pemarkah : Intonasi ajakan

Penanda : Pada siang hari, Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli sepeda motor Shooter 115Fi. Sepeda motor ini sangat cepat dibawa untuk jarak jauh dan sepeda ini juga sangat tangguh.

Implikatur : Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli sepeda motor Shooter 115Fi..

Maksud : Menawarkan mitra tutur dengan modus kalimat perintah.
(Data 1 lampiran 1)

Tuturan (1.a) termasuk TKK menawarkan sepeda motor dengan strategi penyampaian tindak tutur langsung. Dikatakan tindak tutur langsung, karena tuturan tersebut sesuai dengan modusnya yaitu mengajak Mt untuk membeli sepeda motor Shooter 115Fi.

b. TKK Menawarkan Langsung Mobil

(1.i) Eksplikatur : Karimun Wagon R (Suzuki)
Lebih dari cukup
Mobil super
(Iklan mobil, di Jalan Adi Sucipto)

Pemarkah : Intonasi ajakan

Penanda : Pada siang hari, Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli mobil Karimun Wagon R. Mobil ini lebih dari cukup dan super untuk perjalanan jarak jauh.

Implikatur : Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli mobil Karimun Wagon R.

Maksud : Menawarkan Mt dengan modus kalimat perintah.
(Data 7 lampiran 7)

Tuturan (1.i) termasuk TKK menawarkan mobil suzuki Karimun Wagon R dengan strategi penyampaian tindak tutur langsung. Dikatakan tindak tutur langsung, karena tuturan

tersebut sesuai dengan modusnya yaitu mengajak Mt untuk membeli Karimun Wagon R.

c. TTK Menawarkan Langsung Truk

(1.j) Eksplikatur : Toyota
Tangguh di Segala Medan,
Menguntungkan Bisnis Anda
(Iklan truk, di Jalan Pabelan)

Pemarkah : Intonasi ajakan

Penanda : Pada siang hari, Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli truk Toyota. Truk ini tangguh di segala medan dan menguntungkan bisnis konsumen.

Implikatur : Pn menawarkan kepada Mt supaya membeli truk Toyota.

Maksud : Menawarkan Mt dengan modus kalimat perintah.
(Data 2 lampiran 2)

Tuturan (1.j) termasuk TTK menawarkan truk Toyota dengan strategi penyampaian tindak tutur langsung. Dikatakan tindak tutur langsung, karena tuturan tersebut sesuai dengan modusnya yaitu mengajak Mt untuk membeli truk Toyota.

2. Tindak Kesantunan Komisif Menjanjikan Tidak Langsung

a. TTK Menjanjikan Tidak Langsung Sepeda Motor

(2.a) Eksplikatur : Mio GT
YMJET-FI
Semakin cepat, semakin irit!
Mengubah Hidupmu!
(Iklan sepeda motor, di Jalan Pabelan)

Pemarkah : Intonasi janji

Penanda : Pada siang hari, Pn menjanjikan kepada Mt jika membeli sepeda motor Mio GT akan sangat cepat bila dibawa dalam perjalanan jarak jauh tetapi juga irit serta mengubah hidup konsumen.

Implikatur : Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli sepeda motor Mio GT.

Maksud : Menjanjikan Mt dengan modus kalimat perintah.
(Data 3 lampiran 3)

Tuturan (2.a) termasuk TKK menjanjikan dengan strategi penyampaian tindak tutur tidak langsung. Dikatakan tindak tutur tidak langsung karena tuturan di atas tidak sesuai dengan modusnya yaitu bentuknya berita, tetapi modusnya mengajak Mt untuk membeli sepeda motor Mio GT.

b. TKK Menjanjikan Tidak Langsung Mobil

- (2.f) Eksplikatur : Toyota
New Avanza
Cuma Avanza yang bisa
Satu Untuk
Sejuta Impian
(Iklan mobil, di Jalan Pabelan)
- Pemarkah : Intonasi janji
Penanda : Pada siang hari, Pn menjanjikan kepada Mt jika membeli mobil New Avanza merupakan satu-satunya mobil yang sangat diminati para konsumen, karena mobil ini merupakan impian bagi konsumen. Mobil New Avanza yang bisa membawa konsumen berkeliling kota dengan nyaman dan lancar.
- Implikatur : Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli mobil New Avanza.
- Maksud : Menjanjikan Mt dengan modus kalimat perintah.
(Data 4 lampiran 4)

Tuturan (2.f) termasuk TKK menjanjikan dengan strategi penyampaian tindak tutur tidak langsung. Dikatakan tindak tutur tidak langsung karena tuturan di atas tidak sesuai dengan modusnya yaitu bentuknya berita, tetapi modusnya mengajak Mt untuk membeli mobil New Avanza.

c. TKK Menjanjikan Tidak Langsung Truk

- (2.i) Eksplikatur : Fuso
Luasnya extra terpanjang di kelasnya
(Iklan truk, di Jalan Urip Sumoharjo)
- Pemarkah : Intonasi janji
Penanda : Pada pagi hari, Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli colt diesel truk karena mempunyai luas extra terpanjang di kelasnya.

- Implikatur : Pn menjanjikan kepada Mt supaya membeli colt diesel truk.
- Maksud : Menjanjikan Mt dengan modus kalimat perintah. (Data 9 lampiran 9)

Tuturan (2.i) termasuk TKK menjanjikan dengan strategi penyampaian tindak tutur tidak langsung. Dikatakan tindak tutur tidak langsung karena tuturan di atas tidak sesuai dengan modusnya yaitu bentuknya berita, tetapi modusnya mengajak Mt untuk membeli truk Fuso.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Penelitian Hidayah (2010) memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini. Perbedaan, penelitian Hidayah memfokuskan pada “Jenis Tindak Tutur dan Pelanggaran Prinsip Kesantunan dalam Wacana Acara Empat Mata di Trans-7”. Sedangkan penelitian ini memfokuskan pada ”Tindak Kesantunan Komisif pada Iklan Kendaraan Bermotor di wilayah Surakarta. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang tindak tutur dan kesantunan.

Penelitian Rinawati (2012) memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini. Perbedaan, penelitian Rinawati menjelaskan bentuk-bentuk tindak tutur komisif dan faktor-faktor yang mempengaruhi tindak tutur komisif. Sedangkan penelitian ini menghasilkan bentuk-bentuk tindak kesantunan komisif, skala kesantunan bahasa, dan strategi tindak kesantunan komisif. Persamaannya sama-sama meneliti tentang tindak tutur komisif.

SIMPULAN

Dalam iklan kendaraan bermotor di wilayah Surakarta ditemukan ada dua bentuk TKK yaitu TKK menawarkan dan TKK menjanjikan. Dari 20 data iklan kendaraan bermotor ditemukan 10 data TKK menawarkan dan 10 data TKK menjanjikan. TKK menawarkan dikelompokkan menjadi 3 yaitu TKK

menawarkan sepeda motor, TKK menawarkan mobil, dan TKK menawarkan truk. TKK menawarkan sepeda motor sebanyak 8 data, TKK menawarkan mobil sebanyak 1 data, dan TKK menawarkan sebanyak 1 data.

TKK menjanjikan dikelompokkan menjadi 3 yaitu TKK menjanjikan sepeda motor, TKK menjanjikan mobil, dan TKK menjanjikan truk. TKK menjanjikan mobil sebanyak 5 data, TKK menjanjikan mobil sebanyak 3 data, dan TKK menjanjikan sebanyak 2 data.

Skala kesantunan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bentuk dari Lecch. Skala kesantunan Lecch terdiri dari skala untung-rugi, skala kemanasukaan, dan skala ketaklangsungan. Dari data 20 data yang diperoleh, maka didapatkan 8 data yang mengandung skala untung-rugi, 9 data yang mengandung skala kemanasukan, dan 3 data yang mengandung skala ketaklangsungan. Skala kesantunan yang banyak dipakai adalah skala kemanasukaan karena mitra tutur boleh memilih (manasuka) untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan yang diperintahkan oleh penutur. Semakin besar jumlah pilihan, maka tuturan tersebut dianggap santun.

Strategi dalam penelitian ini ditemukan TKK langsung menawarkan sepeda motor sebanyak 8 data dengan modus kalimat perintah, TKK langsung menawarkan mobil sebanyak 1 data dengan modus kalimat perintah, dan TKK langsung menawarkan truk sebanyak 1 data dengan modus kalimat perintah. Sedangkan TKK tidak langsung menjanjikan sepeda motor sebanyak 5 data dengan modus kalimat perintah, TKK tidak langsung menjanjikan mobil sebanyak 3 data dengan modus kalimat perintah, dan TKK tidak langsung menjanjikan truk sebanyak 2 data dengan modus kalimat perintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hidayah, Nur. 2010. "Jenis Tindak Tutur dan Pelanggaran Prinsip Kesantunan dalam Wacana Acara Empat Mata di Trans-7". *Skripsi*: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nawawi, H. Hadari. 2005. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rahardi, R. Kunjana. 2006. *Pragmatik Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rinawati. 2012. "Analisis Tindak Tutur Komisif Pada Pedagang di Pasar Gedhe Surakarta". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santosa, Dwi. 2010. "Tindak Tutur Direkif dan Komisif pada Bahasa Percakapan Anak TK Aisyiyah Bustanul Athfal Jantran Tahun Ajaran 2008/2009". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sudaryanto. 1993. *Metode Dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Jakarta: Duta Wacana University Press.
- Wahyuni. 2011. "Realisasi Kesantunan Berbahasa pada Wacana Humor Rubrik "SONTOLOYO" di Surat Kabar METEOR Edisi Desember 2010-Februari 2011". *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wijaya, I Dewa Putu dan Muhammad Rohmadi. 2011. *Analisis Wacana Pragmatik: Kajian Teori dan Analisis*. Surakarta: Yuma Pustaka.
- Yule, George. 2006. *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.